

**PENGARUH *BRAND IMAGE* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY*  
MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* PADA EXCELSO CAFE  
TUNJUNGAN PLAZA DI SURABAYA**



**OLEH:  
YEMIMA SEPTIARI  
3103010187**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2017**

PENGARUH *BRAND IMAGE* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY*  
MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* PADA EXCELSO CAFE  
TUNJUNGAN PLAZA DI SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Jurusan Manajemen

OLEH:

YEMIMA SEPTIARI

3103010187

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2017

i

## HALAMAN PERSETUJUAN

### SKRIPSI

PENGARUH *BRAND IMAGE* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY*  
MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* PADA EXCELSO CAFE  
TUNJUNGAN PLAZA DI SURABAYA

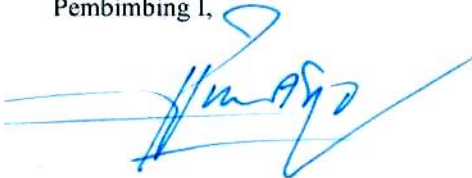
Oleh:

YEMIMA SEPTIARI

3103010187

Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan  
Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,

A blue ink signature, likely of Prof. Dr. Teman Koesmono, written over a horizontal line.

Prof. Dr. Teman Koesmono, MM  
NIK. 311.87.0134

Tanggal: 05 Januari 2017

Pembimbing II,

A blue ink signature, likely of Dra. Ec. Ninuk Muljani, written over a horizontal line.

Dra. Ec. Ninuk Muljani, MM  
NIK. 311.95.0230

Tanggal: 05 Januari 2017

## LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh : YEMIMA SEPTIARI

NRP : 3103010187

Telah diuji pada tanggal 25 Januari 2017 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

Ketua Tim Penguji:



Pror. Dr. Drs.Ec. Teman Koesmono, MM  
NIK. 311.87.0134

Mengetahui:

Ketua Jurusan,



Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si  
NIK. 311.99.0369

Dekan,



Dr. Lodovicus Lasdi, MM  
NIK. 321.99.0370

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH dan PERSETUJUAN  
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yemima Septiari

NRP : 3103010187

Judul tugas akhir:

**"PENGARUH *BRAND IMAGE* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY*  
*MELALUI CUSTOMER SATISFACTION* PADA EXCELSO CAFE  
TUNJUNGAN PLAZA DI SURABAYA"**

Menyatakan bahwa karya tulis yang saya buat adalah ASLI, jika terdapat indikasi plagiarisme, saya bersedia tugas akhir saya ditarik oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala, Surabaya dan dinyatakan tidak lulus.

Saya juga menyetujui tugas akhir ini dipublikasikan di internet atau media lain untuk kepentingan akademik sesuai dengan Undang-undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat sebagaimana mestinya dan tanpa paksaan oleh pihak manapun.

Surabaya, 25 Januari 2017

Yang Menyatakan,



(Yemima Septiari)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas semua kasih dan karuniaNya karena penulis dapat menyelesaikan proses penyusunan skripsi dengan baik.

Skripsi ini dibuat sebagai salah satu syarat guna meraih gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen di Universitas Katolik Widya Mandala, Surabaya. Judul skripsi ini adalah “Pengaruh *Brand Image* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* Pada Excelso Cafe Tunjungan Plaza di Surabaya”.

Dalam penyusunan dan penyelesaian penulisan skripsi ini, penulis telah berusaha dengan sebaik mungkin. Penulis juga menyadari akan banyaknya kekurangan mulai dari waktu, kemampuan, serta pengalaman yang dimiliki. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Ibu Elisabeth Supriharyanti, SE.,M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Bapak Robertus Sigit H.L., SE., M.Sc selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
4. Bapak Prof. Dr. Teman Koesmono, MM., selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu, pikiran, tenaga serta memberikan banyak masukan yang sangat bermanfaat bagi penulis.

5. Ibu Dra. Ec. Ninuk Muljani, MM., selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu, pikiran, tenaga serta memberikan banyak masukan yang sangat bermanfaat bagi penulis.
6. Ibu Lena Elitan Ph.D., selaku dosen wali yang telah mendampingi penulis selama proses perkuliahan, serta membantu dalam membimbing dengan berbagai masukan yang penting dalam penyelesaian skripsi di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
7. Ibu Dr. Christina Esthi Susanti, MM., CPM (AP)., dan Ibu Maria M. Kristanti, SE., MM., Bapak Hendro Susanto, SE., MM., selaku Dosen Rumpun Pemasaran Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah mengajarkan berbagai ilmu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Semua Bapak dan Ibu Dosen yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang sangat berguna bagi penulis selama proses perkuliahan di Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
9. Terima Kasih kepada keluarga tercinta, khususnya Papa, Mama, serta adik tercinta Kezia Devi Rahajeng yang telah memberikan banyak support baik material dan moral serta tidak lupa untuk selalu mendoakan kelancaran dari awal hingga terselesaikannya skripsi ini.
10. Bapak dan Ibu Gembala di GPdI Gresik, Bapak dan Ibu Gembala di GPdI Alfa Omega Ketintang-Surabaya, Teman-teman Pemuda Pemudi di GPdI Gresik, Teman-teman Pemuda Pemudi di GPdI Alfa Omega Ketintang-Surabaya, KMC yang telah meluangkan

waktu dalam pengerjaan skripsi, serta tidak lupa juga pada teman yang bersedia menemani penulis Nur Arifin Hidayatullah, Viviane Sherly, Elisabeth Kusuma yang telah meluangkan waktunya dalam beberapa hal.

11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis berharap skripsi ini bisa menjadi inspirasi bagi para pembaca dan bermanfaat sebagai masukan di penelitian yang akan datang. Dalam hal ini penulis mohon maaf bilamana dalam penulisan skripsi ini terdapat kekurangan.

Surabaya, 25 Januari 2017

Yemima Septiari



## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiii
<b>ABSTRACT</b> .....	xiv
<b>ABSTRAK</b> .....	xv
<b>BAB 1: PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1. Latar Belakang Permasalahan .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	5
1.3. Tujuan Penelitian .....	5
1.4. Manfaat Penelitian .....	6
1.5. Sistematika Skripsi .....	6
<b>BAB 2: TINJAUAN KEPUSTAKAAN</b> .....	8
2.1. Penelitian Terdahulu .....	8
2.2. Landasan Teori .....	9
2.2.1. Brand Image .....	9
2.2.2. Customer Satisfaction .....	10
2.2.3. Customer Loyalty .....	13
2.2.4. Hubungan Antar Variabel .....	14

2.3. Kerangka Konseptual .....	16
2.4. Hipotesis .....	17
<b>BAB 3: METODE PENELITIAN .....</b>	<b>18</b>
3.1. Jenis Penelitian .....	18
3.2. Identifikasi Variabel .....	18
3.3. Definisi Operasional Variabel .....	18
3.4. Pengukuran Variabel.....	20
3.5. Jenis dan Sumber Data .....	20
3.6. Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	20
3.7. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel .....	21
3.8. Teknik Analisis Data .....	21
3.8.1. Uji Kecocokan Model Pengukuran .....	22
3.8.2. Uji Normalitas Data .....	23
3.8.3. Uji Kecocokan Keseluruhan Model .....	23
3.8.4. Uji Hipotesis .....	24
<b>BAB 4: ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>26</b>
4.1. Sampel Penelitian .....	26
4.2. Karakteristik Responden .....	26
4.3. Deskripsi Jawaban Responden .....	29
4.4. Analisis Data .....	32
4.4.1. Uji Asumsi Normalitas .....	32
4.4.2. Uji Asumsi Kecocokan Keseluruhan Model .....	33
4.4.3. Uji Kecocokan Model Pengukuran .....	34
4.4.4. Uji Kecocokan Model Struktural .....	37
4.5. Pembahasan .....	40
4.5.1. Peng. <i>Brand Image</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> . 40	
4.5.2. Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> . 41	

4.5.3. Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	41
4.5.4. Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i> .....	42
<b>BAB 5: SIMPULAN DAN SARAN</b> .....	44
5.1. Simpulan .....	44
5.2. Saran .....	45
5.2.1. Saran Akademis .....	45
5.2.2. Saran Praktis.....	45
<b>DAFTAR KEPUSTAKAAN</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Perkembangan Jumlah Kedai Kopi Di Surabaya Tahun 2006-2010 .....	2
Tabel 2.1. Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang .....	8
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	26
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	27
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir ..	27
Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	28
Tabel 4.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Tiap Bulan .....	28
Tabel 4.6. Hasil Rata-Rata Jawaban Konsumen Terhadap Variabel <i>Brand Image</i> .....	30
Tabel 4.7. Hasil Rata-Rata Jawaban Konsumen Terhadap Variabel <i>customer satisfaction</i> .....	31
Tabel 4.8. Hasil Rata-Rata Jawaban Konsumen Terhadap Variabel <i>customer loyalty</i> .....	31
Tabel 4.9. Hasil Uji <i>Univariate Normality</i> .....	32
Tabel 4.10. Hasil Uji <i>Multivariate Normality</i> .....	33
Tabel 4.11. Hasil Uji Kecocokan Seluruh Model .....	33
Tabel 4.12. Uji Validitas .....	35
Tabel 4.13. Perhitungan Reliabilitas <i>Brand Image</i> .....	36
Tabel 4.14. Perhitungan Reliabilitas <i>Customer Satisfaction</i> .....	36
Tabel 4.15. Perhitungan Reliabilitas <i>Customer Loyalty</i> .....	37
Tabel 4.16. Hasil Pengujian Hipotesis .....	38
Tabel 4.17. Tabel <i>Direct Effect, Indirect Effect</i> dan <i>Total Effect</i> .....	39

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.2. Model Penelitian .....	17
Gambar 4.1 Model Struktural .....	38

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Kuesioner

Lampiran 2. Data Responden

Lampiran 3. Jawaban Tentang Variabel Brand Image & Customer Satisfaction dan Jawaban Tentang Variabel Customer Loyalty

Lampiran 4. Frekuensi Persyaratan menjadi responden dan Karakteristik Responden

Lampiran 5. Statistik Deskriptif Variabel Brand Image, Statistik Deskriptif Variabel Customer Satisfaction dan Statistik Deskriptif Variabel Customer Loyalty

Lampiran 6. Uji Normalitas

Lampiran 7. Output Teks

Lampiran 8. Path Diagram Estimates, T-values

# **PENGARUH *BRAND IMAGE* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* PADA EXCELSEO CAFÉ TUNJUNGAN PLAZA DI SURABAYA**

**Yemima Septiari**

**yemimaseptiari@yahoo.com**

## **ABSTRAK**

Excelso adalah sebuah *outlet* kopi Indonesia yang pernah mendapatkan penghargaan Franchise Top of Mind 2012. Adanya penghargaan tersebut maka *citra merek* café excelso akan semakin baik, hal itu tentunya akan mempengaruhi persepsi konsumen. Pada konteks teori perilaku konsumen, kepuasan lebih banyak didefinisikan dari perspektif pengalaman konsumen setelah mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk atau jasa. Hal ini dikarenakan dengan memiliki konsumen yang loyal, maka perusahaan tersebut telah memiliki aset yang sangat berharga untuk masa depannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *citra merek* terhadap *kesetiaan pelanggan* melalui *kepuasan pelanggan* pada *Excelso Cafe* Tunjungan Plaza Di Surabaya”.

Jenis penelitian ini termasuk penelitian kausal. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *citra merek*, *kepuasan pelanggan*, dan *kesetiaan pelanggan*. Objek penelitian ini adalah *Excelso Cafe* Tunjungan Plaza di Surabaya. Sampel yang digunakan dalam penelitian sebanyak 150 responden yang dipilih dengan teknik sampling purposive. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini berupa kuesioner dan survey. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan program SEM LISREL 8.70.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *citra merek* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *kepuasan pelanggan*. *Citra merek* dan *kepuasan pelanggan* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *kesetiaan pelanggan*.

Kata kunci : *citra merek*, *kesetiaan pelanggan*, *kepuasan pelanggan*

# **THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE TOWARDS CUSTOMER LOYALTY THROUGH CUSTOMER SATISFACTION AT EXCELSCO CAFÉ TUNJUNGAN PLAZA IN SURABAYA**

**Yemima Septiari**

**yemimaseptiari@yahoo.com**

## **ABSTRACT**

Excelso is an Indonesian coffee outlet that been awarded Franchise Top of Mind, 2012. The existence of the award, the brand image Excelso café will can better, it will certainly affect consumer perception. In the context of the theory of consumer behavior, more satisfaction defined from the perspective of the consumer experience after consuming or using a product or service. This is because by having loyal customers, the company has had a very valuable asset for the future. This study aims to determine Brand Image Of Customer Loyalty Through Customer Satisfaction At Excelso Cafe Tunjungan Plaza in Surabaya ".

This study is causal research. Variables used in this research is the brand image, customer satisfaction, and customer loyalty. The object of this study is Excelso Cafe Tunjungan Plaza in Surabaya. The sample used in the study of 150 respondents were selected using purposive sampling technique. Data collection methods in this study a questionnaire and survey. Data analysis techniques in this study using SEM program LISREL 8.70.

The results of this study show that brand image positive and significant impact on customer satisfaction. Brand image and customer satisfaction positive and significant impact on customer loyalty.

**Keywords:** Brand Image, Customer Loyalty, Customer Satisfaction